

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЯЗЫК РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

*Бушев А. Б., г. Тверь*

Статья посвящена проблеме влияния глобализации на экономическую терминологию и менталитет. На материале международной экономики рассматриваются концепты и термины русской терминосистемы; на указанном материале демонстрируется заимствование как терминов, так и концептов.

Для экономиста и управленца показательное возникновение нового менталитета, проявляющееся и в концептуальной сфере, и в сфере языковых знаков.

Сегодня невозможно ограничиться национальными и переводными фрагментами экономического дискурса. От переводных терминов мы поднимаемся к заимствованным концептам. Посмотрим на концепты, связанные с экономическим кризисом (subprime, bailout, austerity), маркетингом (unique selling features, profile, product), с трастом (trustee), ценными бумагами (listing).

Происходит расширение знаний по экономической теории – среди поля идей уже студента появляются такие имена, как, например, П. Самуэльсон, О. Гилви, Ф. Котлер, Е. Гайдар, А. Гринспен, У. Баффет, Д. Джуран, П. Друкер, Л. Саммерс, Р. Брэнсон, Дж. Штиглиц, П. Кругман – и этот список открыт.

Такая информационная глобализация и концептуальная открытость влияют на инструментарий понимания мира, когнитивное освоение действительности. В Евросоюзе, как мы знаем, язык выводит обучаемых от прикладных целей к более существенным задачам. В этой связи в фокусе внимания лингводидактики оказывается личность, развитие личности, освоение новой социальной действительности, формирование открытости, коммуникативные, интеллектуальные, информационно-организационные компетенции современного носителя. Доступность материалов, универсализация принципов международного взаимодействия, коллективный интеллектуальный потенциал также способствуют этому акценту.

Посмотрим, например, на заимствованные термины, имеющие свободное хождение в русском (!) экономическом дискурсе: Plc, HR, FMCG, b2b, BTL, SWOT, retailing, time management, CEO, IT, PR.

Отечественному экономическому дискурсу еще двадцать лет назад были не присущи термины и стоящие за ними понятия cash flow, growth, inflation, default, bailout, hedging, distribution, austerity, monetary easing, лиз-бэк, дэмпинг, трансфертные цены, ликвидность.

Причем нами разделяются терминологическая добавка к менталитету и концептуальная добавка: мы осваиваем и термин, и стоящее за ним понятие. Например: форфейтинг – одна из форм платежа, при которой покупатель часть сделки оплачивает наличными, а для оплаты оставшейся величины получает кредит среднесрочный.

Так концепт траста мало присущ в целом романо-германской правовой системе, он инновационен и в новом гражданском законодательстве России. Для англосаксонской правовой системы в ее американском варианте характерны доверительные операции банков – операции банков в виде банковских услуг, выполняемые по поручению частных лиц и фирм, являющихся клиентами банка, в интересах этих клиентов. Причем, как известно, доверительные операции для частных лиц представляют собой управление имуществом по доверенности, хранение ценных бумаг, консультирование по вопросам приобретения и продаж недвижимости и ценных бумаг. Доверительные операции для фирм представляют собой осуществление платежей, обслуживание процессов распространения и оплаты облигаций фирмы, выполнение роли агента АО, распоряжение имуществом по доверенности.

Отсюда и многочисленные языковые инновации: trust, fiduciary, trustee, beneficiary, creator, settler, grantor, donor, corpus, trust res, trust fund, trust estate, фидуциар, попечитель, доверительная собственность (отделяемая от приносимого ей дохода), living trust, testamentary trust.

Существуют и подлинные заимствования – например, бенчмаркинг. Обсуждая этот концепт, смотрим, насколько бенчмаркинг распространен как анализ поведения лидеров – Херох, Kodak, Motorola, IBM активно используют его, чтобы снизить издержки, ускорить разработки. Тут происходит и концептуальная добавка к менталитету. Областью приложения бенчмаркинга является установление основных факторов, подлежащих анализу, выявление лидеров, сбор информации, сравнение и разработка стандартов, мониторинг.

Возможны и собственно концептуальные изменения без ярко выраженных заимствований. Так, например, качественно новыми являются теории человеческих мотиваций в менеджменте – А. Слоу, К. Альдефер, Мак-Клелланд, Ф. Герцберг, Мэррей, М. Рокич. Идеология customer-oriented approach – квинтэссенция маркетингового подхода к покупателю. Осваивая неоклассический

синтез, невозможно пройти мимо семантизации прецедентных имен – Stigler, Thomas Nagle, Lawrence Summers.

Инновации менталитета заключаются ведь не в том, что в серии русских популярных книг о менеджменте публикуются книги по микроэкономике: «Прибыльный салон красоты», «Автомойка», «Менеджер турагентства», «Ресторан и кафе с нуля», «Технологии оздоровительного сервиса», «Удвоение продаж», «Как ввести покупателя в транс». Инновации и не в том, что к автору этой статьи поступают электронные спам-рассылки, где авторы в своеобразном стиле обращаются к незнакомым людям: «Александр Борисович, спланируй карьеру!»

Бизнес-курс английского языка подразумевает знакомство с международным маркетингом, системами оплаты, элементами организационной психологии и т.д. макроэкономические концепции: recession, the Big Mac index, exchange rate, investment, corporate taxes, trends; международные финансы: interest rate, offshore bank account, assets and liabilities, equity, dividend; маркетинг: unique selling point, advertising, publicity, customer profile, campaign, target audience, competition; корпоративная политика: corporate responsibility, ethical policy, corporate policy; управление персоналом: HR application, deadline, interview, CV, job satisfaction, job security, motivation styles of management, time management, career, trainee, intern, benefits, goodwill; потребители и компании: customer, customer care, customer loyalty, multinational, holding company, competition, market share, demerger, merger; менеджмент: SWOT analysis, strategy, management consultant, troubleshooting, memo.

В деле формирования социокультурной компетенции участвуют и другие генераторы социальности [1]. Глобальная культура – мощнейшая составляющая жизни и языка, общественного и индивидуального сознания и коммуникации, мост в новый век. представления о заимствовании концептов в «непереваренном виде» позволяют говорить об истинных изменениях в динамике русского языка и отличать их от псевдоизменений.

#### *Литература*

1. Бушев, А. Б. Языковая личность профессионального переводчика / А. Б. Бушуев. – Тверь: Лаборатория деловой графики. – 2010. – 265 с.